

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI
SHOPEE**

*THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY AND TRUST IN CUSTOMER
SATISFACTION AND REPURCHASE INTEREST IN THE SHOPEE
APPLICATION*



Disusun Oleh :

Salsa Justitia Aladila

20190410020

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI
*SHOPEE***

***THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY AND TRUST IN CUSTOMER
SATISFACTION AND REPURCHASE INTEREST IN THE SHOPEE
APPLICATION***

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas

Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Salsa Justitia Aladila

20190410020

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Salsa Justitia Aladila

NIM : 20190410020

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI SHOPEE”** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang sudah saya sebutkan sumbernya, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran dalam isi penelitian ini sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia mendapat sanksi jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Yogyakarta, 19 Desember 2022



SALSA JUSTITIA A.

NIM. 20190410020

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan hamdallah dan atas kuasa serta kehendak Allah SWT, saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang tanpa henti mendoakan, mendukung serta membantu daya dalam pengerjaan karya tulis ini.

1. Kepada kedua Orangtua saya Bapak Muji Rahman dan Ibu Dewi Marlina, yang selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan semangat secara lahir batin serta selalu mengucap nama saya dalam setiap doa.
2. Kepada keluarga besar saya yang telah memberikan doa serta dukungan dalam menyelesaikan studi dan karya tulis ini.
3. Untuk adikku Alisia Amelda Ramadhani terimakasih telah memberikan dukungan serta semangat kepadaku.
4. Kepada Ibu Retno Widowati PA., Msi., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan banyak memberikan saran, nasihat, arahan, ilmu, semangat, dukungan serta motivasi kepada saya dalam mengerjakan karya tulis ini.
5. Kepada Seluruh dosen pengajaran program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, terima kasih atas seluruh ilmu dan pengalaman yang diberikan, semoga dengan apa yang saya dapatkan ini dapat dipraktikkan dan diamanahkan dalam dunia kerja nantinya.
6. Kepada teman-teman semua yang telah menemani saya, memberikan semangat serta dukungannya. Saya ucapkan banyak terima kasih untuk kisah-kisah kita selama dibangku perkuliahan.

7. Kepada Staff TU FEB UMY , terimakasih sudah membantu saya dalam melayani administrasi serta surat menyurat yang saya perlukan selama penelitian ini.
8. Kepada teman-teman saya program studi Manajemen kelas A angkatan 2019, dan seluruh teman-teman angkatan 2019, terima kasih telah memberikan cerita dan pengalaman selama saya menjalani proses kuliah.
9. Kepada seluruh responden Shopee yang sukarela dan membantu saya dalam melaksanakan penelitian ini.

INTISARI

Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji bagaimana kepercayaan dan kualitas website mempengaruhi kebahagiaan dan minat pelanggan untuk melakukan pembelian berulang pada aplikasi Shopee. Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah berusia 17 tahun dan pernah berbelanja minimal 3 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan data primer. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 200 responden yang ditentukan dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dan kemudian penyebaran kuesioner menggunakan *google form*. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah AMOS.

Berdasarkan penelitian dapat diperoleh bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang. Serta variabel kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara kualitas *website* terhadap minat beli ulang dan variabel kepuasan pelanggan mampu memediasi hubungan antara kepercayaan terhadap minat beli. Namun terdapat tidak berpengaruh positif dan signifikan antara kualitas *website* terhadap minat beli dan kepercayaan terhadap minat beli.

Kata kunci: kualitas *website*, kepercayaan, kepuasan pelanggan, minat beli ulang, AMOS

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of website quality and trust on customer satisfaction and repurchase intention on the Shopee application. Respondents in this study were people who were 17 years old and had shopped for mince 3 times in the last 3 months.

Using primary data, this kind of research is quantitative. This study included a sample of 200 participants who were chosen using a purposive selection methodology and a non-probability sampling strategy, and who were then given questionnaires via a Google form. AMOS was the analytical tool employed in this investigation.

Based on the research it can be obtained that there is a positive and significant influence between website quality on customer satisfaction, trust on customer satisfaction, customer satisfaction on repurchase intention. As well as the variable customer satisfaction is able to mediate the relationship between website quality and intention to repurchase and the variable customer satisfaction is able to mediate the relationship between trust and purchase intention. However, there is no positive and significant effect on website quality on purchase intention and trust on purchase intention.

Keywords: *website quality, trust, incustomer satisfaction, purchase interest, AMOS*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur saya haturkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan, rahmat, dan karunia-Nya, sehingga saya mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN MINAT BELI ULANG PADA APLIKASI SHOPEE”**.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Dalam penulisan skripsi ini tentunya masih memiliki keterbatasan, maka saya memohon maaf apabila terdapat kekurangan pada penulisan skripsi ini. Saya berharap pemilihan topik skripsi ini dapat memberikan manfaat yang baik bagi pembaca dan dapat dijadikan acuan bagi penelitian selanjutnya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir Gunawan Budiyanto, M.P., IPM selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
2. Bapak Prof. Rizal Yaya, S.E., M.Sc., Ph.D., Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;
3. Ibu Dr. Rr. Sri Handari Wahyuningsih., S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta;

4. Ibu Retno Widowati PA., S.E., M.Si., Ph.D., sebagai Dosen Pembimbing saya yang selalu memberikan bimbingan, saran, dan motivasi kepada saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan;
5. Segenap Dosen Pengajar dan Staf di Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta atas bantuan serta ilmu yang diberikan kepada saya;
6. Seluruh responden penelitian Shopee yang telah membantu saya dalam penelitian skripsi ini;
7. Seluruh sahabat dan teman-teman saya yang selalu memberikan dukungan;
8. Dan seluruh pihak yang sudah membantu dalam proses penulisan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada kita semua atas proses penyusunan skripsi ini. Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dan banyak kekurangan dari keterbatasan yang saya miliki. Demikian, saya dengan senang hati menerima saran dan kritik yang mampu membuat pembangunan perbaikan skripsi ini lebih baik lagi.

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada Allah SWT dan seluruh pihak yang mendukung saya. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya dan seluruh pihak secara umum. *Amin yaa rabbal'alamin.*

Yogyakarta, 19 Desember 2022



Salsa Justitia Aladila

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
 A. Latar Belakang Penelitian	1

B. Rumusan Masalah Penelitian	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
A. Landasan Teori	7
B. Penelitian terdahulu	10
C. Pengembangan Hipotesis	13
D. Model Penelitian	16
BAB III.....	17
METODE PENELITIAN	17
A. Objek Penelitian	17
B. Jenis Data	17
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	17
D. Teknik Pengumpulan Data	18
E. Definisi Operasional Variabel	19
F. Uji Instrumen Data	21
G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....	22
BAB IV	25
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	25

A. Gambaran Umum Obyek dan Subyek Penelitian	25
B. Uji Kualitas Instrumen dan Data	28
C. Statistika Deskriptif.....	31
D. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	36
D. Pengujian hipotesis.....	49
E. Pembahasan.....	54
BAB V.....	57
SIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN, DAN SARAN	57
A. Simpulan.....	57
B. Keterbatasan Peneliti	57
C. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Jalur	37
Gambar 4.2 Persamaan Struktur	38
Gambar 4.3 Nilai Batas Mahalonobis Distance.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 3. 1 Instrumen Skala Likert.....	18
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Penelitian	19
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	27
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	27
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	28
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	28
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	29
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	30
Tabel 4. 7 Interpretasi Kelas Interval	32
Tabel 4. 8 Deskriptif Kualitas Website	32
Tabel 4. 9 Deskriptif Kepercayaan	33
Tabel 4. 10 Deskriptif Kepuasan Pelanggan.....	34
Tabel 4. 11 Deskriptif Minat Beli Ulang	35
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	40
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Outliers.....	41
Tabel 4. 14 Identifikasi Model Struktural.....	44
Tabel 4. 15 Menilai Goodness of Fit.....	45
Tabel 4. 16 Hasil RMSEA.....	45
Tabel 4. 17 Hasil GFI.....	46
Tabel 4. 18 Hasil AGFI.....	47
Tabel 4. 19 Hasil CMIN/DF	47

Tabel 4. 20 Hasil TLI	48
Tabel 4. 21 Hasil CFI	48
Tabel 4. 22 Hasil Pengujian Hipotesis pengaruh langsung	49
Tabel 4. 23 Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)	52
Tabel 4. 24 Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)	52
Tabel 4. 25 Hasil Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	61
Lampiran 2 Data Responden	64
Lampiran 3 Uji Validitas.....	69
Lampiran 4 Uji Reliabilitas.....	70
Lampiran 5 Persamaan Struktural	71
Lampiran 6 Uji Normalitas	73
Lampiran 7 Uji Outlier.....	74
Lampiran 8 Computation of Degrees of Freedom	77
Lampiran 9 Uji Of Fit Indeks	78
Lampiran 10 Uji Hipotesis Secara Langsung.....	79
Lampiran 11 Pengaruh Tidak Langsung.....	81